

AROMI ADDITIVI SEMILAVORATI

INGREDIENTI ALIMENTARI

Marzo/Aprile 2021
anno 20 - numero 115

FORTE PERSONALITÀ



**ESPRESSIONE FEDELE
DEI TUOI PROGETTI
ALIMENTARI**

Qores srl Via Olona 73, 20015 Parabiago Mi - Tel 0331/498101 info@qores.it www.qores.it



FOOD DESIGN

A cura di:
Paolo Barichella
Food designer

Interpretare i trend è la chiave per progettare il futuro

Dire che gli effetti del Covid abbiano rivoluzionato le nostre abitudini è ormai piuttosto scontato. Restrizioni, *lockdown*, distanziamento sociale, terrorismo psicologico, timore del prossimo,

hanno determinato nuovi trend e bisogni in tutti i settori.

Il vaccino allenterà la morsa facendo tirare un po' di sollievo a breve-medio termine a diversi comparti economici, ma non

modificherà in modo sostanziale dei trend che sono ormai decollati.

Al termine di un *briefing*, Michael Ryan, capo del comparto emergenze dell'Organizzazione Mondiale della Sanità (OMS) lanciando un allarme ha dichiarato "Potrebbero arrivare delle pandemie peggiori del Covid".

Ciò, allarmismi a parte, ci fa presumere che il modello comportamentale e le abitudini che avevamo conquistato nei secoli precedenti siano da rivedere in modo sostanziale.

Per chi si occupa di *trend watching*, queste dichiarazioni in un periodo così sensibile e in un contesto di senso di paura e impotenza generalizzato generato da ormai un anno di comunicazione massiccia e martellante,



appare piuttosto semplice passare al trend *forecasting*.

Il fenomeno della pellicceria è piuttosto esemplificativo di come i trend dell'animalismo, ecologia e vegan abbiano determinato la scomparsa di un settore composto da maestranze di eccellenza. Solo chi aveva una visione lungimirante ha colto i segnali e ha riconvertito l'attività prima che timidi segnali si abbattessero sul settore come uno tsunami, gli altri hanno cercato fino all'ultimo di far valere le proprie ragioni e difeso i propri principi fino al fallimento.

La ristorazione per come l'abbiamo intesa fino a oggi deve cogliere questi campanelli che tutto sono tranne che timidi segnali e, se non verranno percorse nuove direzioni, per molti sarà un vero dramma sociale.

Un trend è un potente processo di cambiamento, la direzione verso cui qualcosa si muove, avendo un conseguente impatto su cultura, società o area di business".

Quando partono e prendono forza, i trend sono un fenomeno dirompente e quando si trasformano in megatrend diventano incontrovertibili.

Uno dei ruoli del designer, in qualità di osservatore privilegiato è anche quello di praticare azione di *trend watching* dei singoli mercati per calarla sul mercato globale fornendo nuovi scenari e visioni.

L'osservazione è utile e necessaria per poter acquisire i dati da analizzare per produrre la previsione.

Essere in grado di comprendere come anticipare delle necessità, bisogni ed esigenze collettive che stanno per consolidarsi e

prendendo forma in funzione del cambiamento, permette di godere di un vantaggio competitivo spesso rilevante.

Osservare il comportamento del mercato cinese, da dove il virus che ha causato una rivoluzione planetaria è partito, risulta utile a comprendere come i trend stanno modificando il futuro del pianeta.

A tal proposito è estremamente interessante la conclusione di una ricerca apparsa su *China Briefing* in cui si valuta come



il Covid 19 trasformerà l'industria del fresco nella nazione del Dragone.

La prima trasmissione al genere umano del Covid-19 viene generalmente attribuita a un mercato nella città cinese di Wuhan, nella provincia del Hubei.

Il Coronavirus, che segue la SARS del 2003, ha riaperto le preoccupazioni sulla protezione della fauna selvatica e la sicurezza degli alimenti freschi in Cina. Le conseguenti misure adottate per contenerne la diffusione, come l'isolamento delle città, le restrizioni sui trasporti, il ritardo nella riapertura delle attività, hanno iniziato a capovolgere l'industria del fresco e la catena di

approvvigionamento e distribuzione del Paese.

La preoccupazione parte dal sospetto dei consumatori intorno alla fornitura e distribuzione di prodotti a base di carne e alimenti correlati.

In Cina questo è il momento – di pensare a nuove opportunità d'investimento. Ciò include l'agricoltura a livello industriale, la lavorazione, lo stoccaggio e la distribuzione – l'intera filiera alimentare.

L'analisi dei trend degli ultimi mesi ci mostra come i consumatori cinesi ricorrano a nuove abitudini e canali di acquisto.

Con l'emergenza causata dal Covid-19 e la sua capacità di diffondersi tra gli animali, i consumatori sono ora naturalmente preoccupati di sapere a oggi che sopravvivono ancora diversi mercati di carne fresca o animali vivi, appartenenti a specie selvatiche, come pangolini, serpenti, zibetti.

Inoltre, anche la comparsa sporadica dell'influenza aviaria e della febbre suina africana (ASF), che hanno avuto un'incidenza sull'approvvigionamento delle carni in Cina e determinato l'impennata del prezzo, hanno sollevato interrogativi sull'affidabilità delle catene di approvvigionamento dei mercati del fresco.

Mentre il consumo di cibi surgelati rientra nella norma negli USA e in Europa, la popolazione cinese (specialmente le generazioni più anziane), preferisce ancora utilizzare pesce, carni fresche e frutta e verdura di stagione provenienti e spesso da mercati poco igienici.

Sulla cresta di questa evidente rottura della fiducia intorno ai mercati del fresco, i supermercati

in Cina stanno conoscendo una forte spinta.

Il 16 marzo 2020 l'Amministrazione Nazionale per la Regolamentazione del mercato (SAMR) ha annunciato le *Implementation Opinions about Supporting Private Enterprises to Breed Hogs and Develop Related Industries* (*Fa Gai Nong Jing* [2020] No.350), con l'obiettivo d'incoraggiare le principali aziende di allevamento, macellazione e lavorazione dei maiali (hogs – maiali allevati per la macellazione e il consumo) a estendere la catena industriale ai mercati regionali o provinciali.

Il documento afferma che le grandi società di allevamento di maiali verranno portate a costruire i macelli vicino agli allevamenti e i centri di macellazione potranno sviluppare lavorazioni o

lanciare sottoprodotti per migliorare la struttura produttiva.

Sono stati annunciati una serie di incentivi a favore degli allevamenti suini, come dei sussidi per l'acquisto di macchinari per l'alimentazione automatica e di impianti per il trattamento dei rifiuti e un più facile accesso all'utilizzo della terra.

Il documento ha inoltre incoraggiato la logistica per lo stoccaggio del freddo in quanto la Cina è passata al trasporto di carne macellata piuttosto che di suini vivi al fine di aumentare la biosicurezza dopo le epidemie di peste suina africana e Covid-19.

Nel medio e lungo termine probabilmente vedremo il consolidamento e l'integrazione verticale dell'industria dell'allevamento animale in Cina, dove i grandi allevamenti di bestiame

e le industrie del settore della lavorazione della carne potranno espandere in maniera aggressiva la propria quota di mercato e controllare l'operatività di due o più fasi successive della lavorazione – dall'alimentazione e macellazione alla creazione dei prodotti finali. Ci si può aspettare che i maggiori soggetti che investiranno nella modernizzazione delle linee produttive possano avvantaggiarsi di ulteriori benefici negli anni a venire.

Regolamenti e misure più rigide nella sicurezza alimentare

Delle prime infezioni di Covid-19 nel mercato faunistico di Wuhan, dove vengono venduti pipistrelli, serpenti, zibetti e altri animali vivi, la Cina ha proibito il commercio e il consumo di animali selvatici. La decisione ha imposto un divieto permanente di commercio e consumo di animali selvatici vivi a scopo alimentare – per bloccare la diffusione di malattie zoonotiche, benché l'eliminazione di questa industria da miliardi di dollari potrebbe non essere semplice.

Una nazione più simile a un continente con tradizioni secolari che pochi giorni le cancella per evitare i rischi che esse comportano fa ben comprendere quanto la velocità nel prendere decisioni e applicarle sia un elemento di differenza che fa della Cina in questo momento l'economia più forte al mondo.

Con l'aumento dell'attenzione globale per la protezione della fauna selvatica e della sicurezza alimentare da parte della Cina, ci si può aspettare che le autorità implementeranno effettivamente



i regolamenti sulla sicurezza alimentare. Prendiamo un esempio – il 18 Marzo, il SAMR ha pubblicato un annuncio per rinforzare la gestione della sicurezza dei cibi refrigerati e surgelati (SAMR Announcement [2020] No.10), che obbliga ogni parte coinvolta nell'immagazzinaggio e nel trasporto di alimenti a riferire alle autorità di regolamentazione del mercato locale in caso di sospetto di non conformità a leggi, regolamenti o norme di sicurezza alimentare. In futuro, si prevede lo sviluppo di standard di sicurezza alimentare di elevato livello e un sistema più strutturato di allarme preventivo e di tracciamento.

Questo trend, se saputo interpretare, può essere una irripetibile opportunità per allevatori e macelli italiani.

Le epidemie di Covid-19, quelle d'influenza aviaria e peste suina stanno spingendo i consumatori a livello globale a ripensare alla loro dieta in generale, e al consumo di prodotti di carne, il che potrebbe aumentare la promozione della [carne senza carne](#).

Impossible Foods, società americana di carne artificiale, ha raccolto circa 500 milioni di dollari nella sua ultima serie di finanziamenti. Il finanziamento è arrivato dopo che il Covid-19 ha colpito gli Stati Uniti. Starfield, una società cinese nella tecnologia alimentare con sede a Shenzhen, aveva annunciato di aver anch'essa completato un ciclo di finanziamento.

Non dimentichiamo che uno dei detonatori che hanno innescato il trend negativo del consumo di carne è stato l'insinuare, attraverso dati scientifici, che la carne rossa se consumata con frequenza, rispetto ad altri alimenti mostrerebbe un rischio



percentuale molto più elevato di provocare neoplasie maligne di varia natura.

Alimenti freschi di origine vegetale, materie plastiche e nuove esigenze

Un altro trend del prossimo futuro è plantocentrico, *animal protein free*, ma anche il *compost* e il *plastic free*, seppur rallentato da una rivalutazione delle materie plastiche alla base di uno dei simboli di *safety lead*: la mascherina salvavita. La plastica ha avuto infatti una recente riabilitazione dovuta al fatto che non esistesse altro materiale in grado di produrre le tanto discusse mascherine che ci hanno salvato la vita e la crociata contro la plastica sembra essersi attenuata per dirigersi più sulla rivisitazione del recupero delle materie plastiche.

Un altro trend in espansione è certamente il fenomeno del

food e-commerce: anche in Cina, quotidianamente, nuovi utenti di piattaforme di cibi freschi e "online su offline" (O2O) aumentano dal 50 al 200%, mentre la crescita in volume delle transazioni su base annuale, su queste piattaforme, è quadruplicata.

Questo offre lo spunto per i designer di pensare alla progettazione di *meal solution* adatte a soddisfare esigenze che i nuovi stili di vita hanno radicalmente mutato e spesso generato *ex novo*.

Alcuni esempi? Il *Bricofood* – scatole di montaggio con ingredienti destrutturati semilavorati secondo la tecnica del prefabbricato alimentare, sfruttando le più avanzate tecnologie alimentari in grado di preservare la qualità e tenere separati ingredienti che devono avere umidità relative estremamente differenti tra loro, cosa che la quinta gamma non è in grado di ottenere, sfruttando anche le tre differenti catene di produzione, conservazione e logistica (surgelato, freddo, secco).